

РЕШЕНИЕ

07 декабря 2015 года

(изготовление решения в полном объеме)

23 ноября 2015 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/10818

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе: <...>; рассмотрев материалы дела № Р 47-06/15, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Город 11» по факту распространения в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» от 24.01.2015 № 3 (332) на странице 18 рекламы следующего содержания: «СТОМАТОЛОГИЯ «ГАРАНТ» Год НОВЫЙ – цены старые АКЦИЯ! √ металлокерамика – 3300 р. временные коронки – в подарок √ съемный протез – 7000 р. за 1 день √ на лечение скидка – 10% √ гарантия на все виды услуг Мы сделаем вашу улыбку красивой мкрн Орбита, остановка «Школа №3» Покровский бульвар, 2, т. 55-30-70» с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии:

- представителя общества с ограниченной ответственностью «Город 11» (далее – ООО «Город 11», Общество) – <...>, действующей на основании доверенности от 11.03.2015;

- представителя индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>) – <...>, действующей на основании доверенности от 15.06.2015;

- представителя <...> (далее – <...>) – <...>, действующего на основании доверенности от 03.06.2013,

в отсутствие заявителя – Коми Региональной общественной организации по защите прав потребителей «Потребительский надзор» (далее – КРОО «Потребительский надзор»), надлежащим образом извещенного о месте и времени рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением о вручении 13.11.2015 почтового

отправления № 16799191782413,

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление КРОО «Потребительский надзор» от 25.05.2015 (вх. № 2983 от 25.05.2015) о распространении в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» от 24.01.2015 № 3 (332) на странице 18 (далее – Газета) информации следующего содержания: «СТОМАТОЛОГИЯ «ГАРАНТ» Год НОВЫЙ – цены старые АКЦИЯ! ✓ металлокерамика – 3300 р. временные коронки – в подарок ✓ съемный протез – 7000 р. за 1 день ✓ на лечение скидка – 10% ✓ гарантия на все виды услуг Мы сделаем вашу улыбку красивой мкрн Орбита, остановка «Школа №3» Покровский бульвар, 2, т. 55-30-70» с признаками нарушения ч. 7 ст. 24 [Закона о рекламе](#).

По указанному факту Определением от 26.06.2015 № 03-01/5424 возбуждено дело № Р 47-06/15 по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе в отношении ООО «Город11».

Определениями от 26.08.2015 № 03-01/7601 и от 22.09.2015 № 03-01/8587 в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечены ИП <...> и <...>.

Из материалов дела № Р 47-06/15 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии со ст. 3 Закона о рекламе реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» от 24.01.2015 № 3 (332) на странице 18;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: стоматологии «ГАРАНТ», металлокерамике, временным коронкам, съемному протезу, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» от 24.01.2015 № 3 (332) на странице 18, является рекламой.

В силу ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в

телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, – не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, – не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

В соответствии с ч. 1 и 2 ст. 38 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинскими изделиями являются любые инструменты, аппараты, приборы, оборудование, материалы и прочие изделия, применяемые в медицинских целях отдельно или в сочетании между собой, а также вместе с другими принадлежностями, необходимыми для применения указанных изделий по назначению, включая специальное программное обеспечение, и предназначенные производителем для профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации заболеваний, мониторинга состояния организма человека, проведения медицинских исследований, восстановления, замещения, изменения анатомической структуры или физиологических функций организма, предотвращения или прерывания беременности, функциональное назначение которых не реализуется путем фармакологического, иммунологического, генетического или метаболитического воздействия на организм человека. Медицинские изделия могут признаваться взаимозаменяемыми, если они сравнимы по функциональному назначению, качественным и техническим характеристикам и способны заменить друг друга. Медицинские изделия подразделяются на классы в зависимости от потенциального риска их применения и на виды в соответствии с номенклатурной классификацией медицинских изделий. Номенклатурная классификация медицинских изделий утверждается уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.

Письмом от 11.06.2015 № 01-46/97 (вх. № 3341 от 15.06.2015) территориальный орган Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения по Республике Коми сообщил, что согласно Номенклатурной классификации медицинских изделий по видам, утвержденной приказом Минздрава России от 06.06.2012 № 4н «Об утверждении номенклатурной классификации медицинских изделий», к группе № 15 «Стоматологические медицинские изделия» относятся № 15.16 – Протезы зубные и сопутствующие изделия и № 15.17 – Протезы стоматологические и сопутствующие изделия.

Таким образом, указанный в рассматриваемой рекламе съемный протез относится к медицинскому изделию.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар», которая, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации серии ПИ № ТУ 11-0046 от 01.10.2009, является рекламным изданием (реклама более 40 %).

Из материалов рекламного дела усматривается, что газета «PRO ГОРОД Сыктывкар» не является специализированным печатным изданием, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников.

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама должна распространяться с соблюдением требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Рассматриваемая реклама не содержит ни одного из предусмотренных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе видов предупреждений.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, согласно частям 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, несет и рекламодаделец, и рекламодатель, и рекламодатель, и рекламодатель, и рекламодатель, и рекламодатель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6, 7 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар», учредителем которой, согласно свидетельству о регистрации СМИ серии ПИ № ТУ 11-0046 от 01.10.2009, является ООО «Город 11».

ООО «Город 11» в материалы рекламного дела представлены копии следующих документов: Устава редакции средства массовой информации газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар», утвержденного учредителем – ООО «Город 11» 01.09.2014 (далее – Устав редакции СМИ), согласно пункту 1.3 которого редакцией средства массовой информации является ИП <...>; договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 2, заключенного 01.09.2014 между ООО «Город 11» и ИП <...> (далее – Договор от 01.09.2014 № 2); протокола согласования цены от 01.09.2014 (приложение № 1 к Договору от 01.09.2014 № 2); заявки на печатные площади (полосы) от 19.01.2015 (приложение № 2 к Договору от 01.09.2014 № 2); акта приема-передачи печатных площадей (полос) от 24.01.2015.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ИП <...>.

Согласно письменной информации, представленной ИП <...> и <...> в материалы рекламного дела, рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является <...>. Содержание рассматриваемой рекламы и ее наполнение определено рекламопроизводителем. <...> подал заявку на производство и размещение рекламы. Реклама была изготовлена сотрудниками редакции газеты, направлена <...> на согласование по электронной почте, согласована и оплачена.

ИП <...> в материалы рекламного дела представлены копии следующих документов: заявки от 25.12.2014 на производство и размещение рекламных и/или информационных материалов в издании № 3 (332) и № 4 (333); приходного кассового ордера от 28.01.2015 № 73.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...> в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным представителем ИП <...> – <...> в ходе рассмотрения рекламного дела, размещение рекламы в нарушение требований Закона о рекламе произошло в связи с изменением формата Газеты – размер модульной сетки уменьшился примерно на 2 см. По упущению сотрудников редакции реклама, ранее согласованная и соответствующая требованиям ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, была размещена в Газете в прежних размерах, в связи с чем предупреждающая надпись не пропечаталась.

В подтверждение того, что реклама без предупреждающей надписи распространялась единожды в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» от 24.01.2015 № 3 (332), ИП <...> в материалы рекламного дела представила копии страниц газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» от 17.01.2015 № 2 (331) и от 31.01.2015 № 4 (333), в которых реклама размещена с надписью: «ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА».

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, <...> указал, что рассматриваемая реклама была согласована им с учетом требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе. В подтверждение в материалы рекламного дела представлены соответствующие доказательства.

При таких обстоятельствах достаточных оснований полагать о наличии вины рекламодателя – <...> в нарушении требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе не имеется.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе произошло по вине рекламопроизводителя ИП <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ИП <...> не предпринято должных мер, направленных на соответствие рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, ИП <...> нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Поскольку вина ООО «Город 11» и <...> в нарушении требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе Комиссией не установлена, дело № Р 47-06/15 в отношении указанных лиц подлежит прекращению.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась на территории г. Сыктывкара Республики Коми 24.01.2015.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемой рекламы не имеет места.

В связи с добровольным устранением совершенного нарушения, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении

распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «СТОМАТОЛОГИЯ «ГАРАНТ» Год НОВЫЙ – цены старые АКЦИЯ! √ металлокерамика – 3300 р. временные коронки – в подарок √ съемный протез – 7000 р. за 1 день √ на лечение скидка – 10% √ гарантия на все виды услуг Мы сделаем вашу улыбку красивой мкрн Орбита, остановка «Школа №3» Покровский бульвар, 2, т. 55-30-70», распространенную в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» от 24.01.2015 № 3 (332) на странице 18, ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы ИП <...> не выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, прекращено.

3. Производство по делу № Р 47-06/15 в отношении ООО «Город 11» прекратить.

4. Производство по делу № Р 47-06/15 в отношении <...> прекратить.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 07 декабря 2015 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>